

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Empiris Pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015)**



**Disusun sebagai syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

ALFIAN INDRA NINGRUM

B 200130211

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

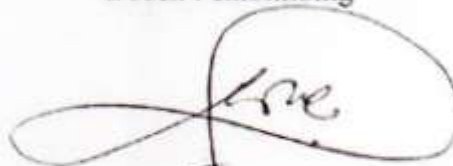
HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(Studi Empiris pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI
Periode 2013-2015)

PUBLIKASI ILMIAH

OLEH
ALFIAN INDRA NINGRUM
B200130211

Telah diperiksa dan dipersetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Atwal Arifin M.Si, Ak.)

NIK/NIDN: 575/0605086301

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

(Studi Empiris pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI
Periode 2013-2015)

Yang ditulis oleh:

ALFIAN INDRA NINGRUM

B200130211

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
pada 25 Oktober 2018
Dan telah dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. Atwal Arifin, M.Si., Ak.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Drs. Yuli Tri Cahyono, M.M., Ak.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Fauzan S.E., M.Si., Ak.
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,



(Dr. Syamsudin, M.M)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 25 Oktober 2018

Penulis



Alfian Indra Ningrum

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI
VARIABEL MODERATING
(Studi Empiris Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2015. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 39 perusahaan sebagai sampel, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Kata kunci: profitabilitas, nilai perusahaan, *corporate social responsibility*

Abstract

The purpose of this research is to find out the corporate social responsibility moderates profitability to firm value on property and real estate companies which are listed on Indonesia Stock Exchange in 2013-2015 periods. The sample collection technique has been done by using purposive sampling and 39 companies have done as samples, the data analysis technique has been done by using multiple linear regression analysis. Based on the result of hypothesis test, it can be conclude that profitability has positive influence to the firm value and corporate social responsibility as the moderating variable can influence the correlation of profitability and firm value.

Keywords: profitability, corporate social responsibility, firm value

1. PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensial financial maupun potensi non financial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Munawaroh dan Priyadi, 2014).

Husnan (2014) dalam Suwardika dan Mustanda (2017) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika

perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga ada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti penelitian Nurlaela dan Islahuddin (2008) bahwa nilai pasar dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

Harga saham merupakan cerminan dari baik atau buruknya nilai perusahaan, artinya jika harga saham di bursa menunjukkan peningkatan berarti nilai perusahaan semakin meningkat,. Sedangkan jika harga saham mengalami penurunan bisa dikatakan nilai perusahaan semakin menurun (Toin dan Sutrisno, 2015). Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Naik turunnya harga saham juga dipengaruhi oleh permintaan konsumen, semakin tinggi permintaan, maka harga saham akan naik. Banyaknya permintaan dipengaruhi oleh keputusan yang diambil oleh perusahaan. Selain itu terdapat faktor dari informasi eksternal dan internal perusahaan. Faktor eksternal berkaitan dengan situasi politik dan kenaikan dollar dalam mata uang rupiah. Kondisi ekonomi misalnya, dapat juga mempengaruhi berfluktuasinya harga saham, seperti yang terjadi pada saat krisis ekonomi tahun 1997 diindikasikan dengan turunnya indeks harga saham gabungan. Sedangkan faktor internal yang berasal dari dalam perusahaan yang mengeluarkan saham (emiten) dalam menciptakan aliran kas pada operasi perusahaan. Hal ini berkaitan dengan laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan termasuk analisis laporan keuangan dan profitabilitas (Toin dan Sutrisno, 2015).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap

penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Perspektif teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran akan prospek usaha di masa datang. Semakin tinggi angka profitabilitas yang tercantum pada laporan keuangan, berarti semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka akan mencerminkan kekayaan investor yang semakin besar dan prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan. Pertumbuhan prospek tersebut oleh investor akan ditangkap sebagai sinyal positif sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan (Ayu dan Suardjaya, 2017)

Saat ini banyak perusahaan yang mengalami perkembangan, namun seiring dengan perkembangan tersebut ekosistem lingkungan mengalami ketidakstabilan, seperti contohnya adalah *global warming*. Masyarakat juga mulai sadar akan pentingnya kepedulian terhadap lingkungan dan lebih memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan melakukan CSR. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk lebih disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya yang nantinya menjadi beban yang akan mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit akan menurun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo, Media Akuntansi Edisi 47, 2005;8).

Pada dasarnya, saat ini tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bukan lagi dikatakan sebagai pilihan, melainkan sebuah kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk menjaga keseimbangan alam. Penerapan program CSR telah disahkan dengan adanya Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 74

tahun 2007 yang mewajibkan perseroan menganggarkan dana pelaksanaan tanggung jawab sosial dengan menyisihkan dari laba bersih untuk pelaksanaan program CSR tersebut.

Penelitian ini mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh dan Priyadi (2014) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada periode pengamatan dan sampel yang digunakan. Penelitian Munawaroh dan Priyadi menggunakan sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada periode 2011 sampai 2014. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel perusahaan *real estate* dan *property* yang terdaftar di BEI pada periode 2013 sampai 2015. Penelitian ini menggunakan perusahaan *real estate* dan *property* dikarenakan harga properti di Indonesia mengalami perkembangan yang meningkat. Harga properti yang semakin meningkat setiap tahunnya akan meningkatkan peluang keuntungan bagi investor yang menginvestasikan dananya dalam bisnis properti.

2. METODE

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2013-2015. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel dengan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, kriteria yang digunakan sebagai berikut: (a) terdaftar sebagai perusahaan *property* dan *real estate* yang di Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan financial report dan annual report untuk periode selama periode 2013-2015, (b) menyajikan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya secara berturut-turut selama periode 2013-2015, (c) menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.

2.1. Definisi Operasional Variabel

2.1.1. Nilai perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham

perusahaan meningkat (Hasnawati, 2005). Nilai perusahaan dapat diukur dengan PBV (price to book value) merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai. Ang (1997) merumuskan PBV sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{\text{Nilai buku per lembar saham}} \quad (1)$$

2.1.2. Profitabilitas

Profitabilitas (PRFT) merupakan variabel moderating dalam penelitian ini, disimbolkan dengan (X_2). Dalam penelitian ini menggunakan Return on Assets (ROA) yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan *property* dan *real estate*, selama periode penelitian. ROA menunjukkan perbandingan net income dan total assets perusahaan (Husnan, 2005).

$$ROA = \frac{\text{earnings before interest and tax}}{\text{total aktiva}} \quad (2)$$

2.1.3. Corporate Social Responsibility

Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu *economic, environmental, labour practice, human right, society, and product responsibility*, diberi skor 1 dan jika perusahaan tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan indikator GRI, diberi skor 0. Indeks GRI terdiri dari 149 item.

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{N_j} \quad (3)$$

Keterangan:

CSRDI= *Corporate social responsibility disclosure index* perusahaan.

N_j = jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 149$

X_{ij} = *dummy variable*: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan pengujian statistic yang digunakan untuk mengetahui gambaran umum data penelitian. Berikut ini hasil uji statistic deskriptif yang dapat dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum dan minimum secara ringkas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Variabel	Min	Maks	Rata-rata	Std. deviasi
Profitabilitas	-0,09	0,57	0,0743	0,08520
Nilai	0,00	102,04	3,6715	13,55600
Perusahaan				
<i>Corporate</i>	0,23	0,36	0,2642	0,02808

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 1 di atas, variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -0,09, nilai maksimum sebesar 0,57 dengan nilai rata-rata sebesar 0,0743 dan nilai standar deviasi sebesar 0,08520. Variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 102,04 dengan nilai rata rata sebesar 3,6175 dan nilai standar deviasi sebesar 13,55600. Variabel corporate social responsibility memiliki nilai minimum sebesar 0,23, nilai maksimum sebesar 0,36 dengan nilai rata-rata sebesar 0,2462 dan nilai standar deviasi sebesar 0,20808.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160), Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan cara melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Namun dengan cara hanya melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 sampel, sehingga dengan model *Central Limit Theorem* (CLT) menyatakan jika sampel yang diuji diatas atau sama dengan 30 ($n \geq 30$) maka distribusi sampel tersebut dianggap mengikuti normal. Jadi, dalam model CLT mayoritas ahli statistika menganggap sampel sejumlah 30 atau lebih sudah cukup besar untuk diasumsika mendekati distribusi normal (Lind, 2014: 300-301).

3.2.2 Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Profitabilitas	0,995	1,005	Bebas Multikolinearitas
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0,995	1,005	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan tabel 2 hasil uji multikolinearitas dapat ditunjukkan dengan nilai *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dari tiap-tiap variabel independen. Jika nilai *tolerance value* lebih besar dari 0,10 dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat dinyatakan bebas dari uji multikolinearitas (Ghozali, 2012: 105-106).

3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas yang menggunakan uji White dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas-Uji White

Model	R square	Probabilitas Chi square	Keterangan
Uji White	0,016	3,84	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2018.

3.2.4 Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada $t-1$ (sebelumnya). Hasil pengujian autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

	Durbin-Watson	Keterangan
<i>P-Value</i>	1,947	Bebas Autokorelasi

Sumber: Data sekunder diolah, 2018.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, nilai $dU = 1,7198$, didapatkan $4-dU$ yaitu $4-1,7198 = 2,2802$. Nilai $DW = 1,947$, dapat disimpulkan bahwa nilai DW terletak diantara $dU < DW < 4 - dU$ ($1,7198 < 1,947 < 2,2802$), berarti tidak terjadi autokorelasi positif ataupun negatif.

3.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dapat ditunjukkan hasil rangkuman analisis regresi linear berganda seperti pada tabel berikut

Tabel 5 Analisis Regresi Linear Berganda			
Variabel	B	Std. Error	Sig
Konstan	62,667	19,129	0,001
Profitabilitas	-558,961	208,460	0,009
<i>Corporate Social Responsibility</i>	-208,732	71,509	0,004
<i>Corporate Social Responsibility</i> x Profitabilitas	1980,113	784,480	0,013

Sumber: Data sekunder diolah 2018

Pada penelitian ini menggunakan model persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$NP = a + P + e \quad (4)$$

$$NP = a + P + CSR + P.CSR + e \quad (5)$$

Nilai konstanta untuk persamaan regresi adalah 62,667. Hal ini menunjukkan bahwa jika profitabilitas dan *corporate social responsibility* dianggap konstan (tetap), sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

Koefisien regresi profitabilitas sebesar -558,961 dengan parameter negative. Hal ini dapat diartikan setiap meningkatnya nilai profitabilitas, sehingga akan berdampak pada turunnya nilai perusahaan.

Koefisien regresi *corporate social responsibility* sebesar -208,732 dengan parameter negative. Hal ini dapat diartikan setiap meningkatnya nilai *corporate social responsibility*, sehingga akan berdampak pada turunnya nilai perusahaan.

Koefisien regresi *corporate social responsibility* x profitabilitas sebesar 1980,113 dengan parameter positif. Hal ini dapat diartikan bahwa *corporate social responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

3.4 Uji Hipotesis

3.4.1 Uji Signifikasi Stimulan (Uji Statistik f)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara stimulan variabel profitabilitas dan *corporate social responsibility* secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Simultan persamaan 1

Model	Fhitung	Ftabel	Sig.
<i>Regression</i>	3,985	3,94	0,049

Sumber: Data sekunder diolah, 2018.

Hasil pengujian hipotesis secara serentak diperoleh nilai Fhitung sebesar 3,985 > dari nilai Ftabel sebesar 3,94 dengan nilai signifikan $0,049 < \alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga bisa diartikan bahwa model regresi yang digunakan sudah sesuai (fit) dengan datanya.

Tabel 7 Hasil Regresi Simultan persamaan 2

Model	Fhitung	Ftabel	Sig.
<i>Regression</i>	4,386	3,94	0,006

Sumber: Data sekunder diolah, 2018.

Hasil pengujian hipotesis secara serentak diperoleh nilai Fhitung sebesar 4,386 > dari nilai Ftabel sebesar 3,94 dengan nilai signifikan $0,006 < \alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa corporate social responsibility memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga bisa diartikan bahwa model regresi yang digunakan sudah sesuai (fit) dengan datanya.

3.4.2 Uji (t)

Pengujian dengan menggunakan uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual (parsial) yakni dengan melihat pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	thitung	ttabel	Sig.
Profitabilitas	-2,681`	1,98373	0,009
<i>Corporate Social Responsibility</i>	-2,937	1,98373	0,004
<i>Corporate Social Responsibility</i> x Profitabilitas	2,523	1,98373	0,013

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Penjelasan untuk masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

Pengujian Terhadap Profitabilitas. Hasil pengujian uji t untuk variabel profitabilitas diperoleh thitung sebesar $-2,681 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,98373 dengan *p-value* tingkat signifikan sebesar $0,009 < 0,05$, sehingga hipotesis diterima. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti.

Pengujian terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hasil pengujian uji t untuk variabel *corporate social responsibility* diperoleh thitung sebesar $-2,937 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,98373 dengan *p-value* tingkat signifikan sebesar $0,004 < 0,05$, sehingga hipotesis diterima.

Pengujian terhadap *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh Profitabilitas. Hasil pengujian uji t untuk variabel *corporate social responsibility* diperoleh thitung sebesar $2,523 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,98373 dengan *p-value* tingkat signifikan sebesar $0,013 < 0,05$, sehingga hipotesis diterima.

3.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (*Goodness of fit*) yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,343	0,117	0,091	13,74441

Sumber: *Data sekunder diolah, 2018.*

Pengujian dengan analisis regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh nilai R^2 sebesar 0,091. Hal ini artinya bahwa 9,1% variasi dari nilai perusahaan dapat dijelaskan dari pengaruh profitabilitas dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderating. Sedangkan selebihnya 90,9% dari nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

3.5 Pembahasan

Pada bagian pembahasan ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian yang telah diolah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel

moderating dalam laporan tahunan perusahaan properti dan real estate tahun 2013-2015.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel profitabilitas memiliki nilai signifikan sebesar $0,009 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis pertama dapat diterima.

Profitabilitas yang tinggi dapat melambangkan prospek perusahaan yang semakin baik. Profitabilitas suatu perusahaan yang semakin meningkat mencerminkan peningkatan efisiensi perusahaan, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang semakin membaik. Perusahaan dengan kinerja yang baik dilihat melalui perolehan labanya, sehingga meningkatkan kepercayaan investor yang menginginkan *return* dari investasi yang dilakukan. Calon investor selalu mencari perusahaan dengan kinerja baik kemudian akan melakukan kegiatan investasi pada perusahaan, sehingga kegiatan tersebut dapat meningkatkan persepsi pasar dan nilai perusahaan akan meningkat (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Hasil penelitian Prasetyorini (2013) menunjukkan semakin tingginya profitabilitas perusahaan juga akan meningkatkan laba per lembar saham perusahaan. Adanya peningkatan laba per lembar saham perusahaan akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham perusahaan. Dengan banyaknya investor yang membeli saham perusahaan maka akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai signifikan sebesar $0,004 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis kedua dapat diterima.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan

ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Hasil penelitian Latupono dan Andayani (2015) dengan judul pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan: *good corporate governance* variabel moderating, menggunakan sampel dari 30 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi untuk periode 2009-2011. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel *corporate social responsibility* x profitabilitas memiliki nilai signifikan sebesar $0,013 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Interaksi dari variabel moderasi dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Interaksi antara *corporate social responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

Hasil penelitian Lestari dan Fidiana (2015) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Dengan kata lain CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya CSR dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan, maka diambil kesimpulan sebagai berikut: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis pertama diterima. *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis kedua diterima.

Penulis menyadari Penelitian yang dilaksanakan ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan ini perlu diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang

maupun pembaca. Keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

Faktor pengaruh return saham terbatas pada Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, dan nilai perusahaan sehingga cakupannya kurang luas untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan property dan real estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.

Lingkup penelitian terbatas Perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah Perusahaan Property dan real estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015 dan waktu yang digunakan dalam penelitian terbatas, sehingga hasilnya tidak dapat dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang sejenis dan hasil penelitian kurang maksimal.

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis akan memberikan saran yang bermanfaat sebagai berikut: Bagi peneliti berikutnya diharapkan menambah variabel independen dan menambah sampel penelitian untuk membuktikan kembali variabel dalam penelitian ini. Lingkup penelitian terbatas laporan keuangan di Perusahaan Property dan real estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan waktu yang digunakan dalam penelitian terbatas, menambah lagi perusahaan yang lain dan menambah waktu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, Ira. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Finesta*, Vol. 2, No. 1, hal: 42-47.
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*. Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi 6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Handriyani, A.N., dan Andayani. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal dan Ilmu Riset Akuntansi*. Vol. 2, No.

- Hermawan, Sigit. Ma'ulah Afiah Nurul. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporation Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. Vol. 06, No. 02, hal: 103-118.
- Hermuningsih, Sri. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 16, No. 2
- Latupono, Siti Sapia. Andayani, A. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Akuntansi*. Vol. 04, No. 8.
- Lestari, Hesty Mey. Fidiana. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi*. Jurnal Ilmu & Akuntansi. Vol. 04, No. 12.
- Lubis, Arfan Ikhsan. 2010. "Akuntansi Keperilakuan (edisi dua)". Salemba Empat. Jakarta.
- Munawaroh, Aisyatul. Priyadi, Maswar Patuh. 2014. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 3, No. 4.
- Nulaela, Rika, Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Symposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Putri, Merlia Triyana. 2017. Pengaruh Profitabilitas dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan Pulp dan Paper yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jom FISIP*. Vol. 4, No. 2. Universitas Riau.
- Prasetyorini, Bekhti Fitri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earnings Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.1, No.1
- Rousalita, Suhendah. 2012. Pengaruh Intellectual capital terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Penilaian Pasar pada Perusahaan yang Go Public di Indonesia pada Tahun 200-2007. *Jurnal dan Prosiding SNA – Symposium Nasional Akuntansi*. Vol. 15.

- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Symposium Nasional Akuntansi XIII*, Purwokerto.
- Suad, Husnan. 2005. *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas. Edisi Kelima*. Yogyakarta
- Suharli, Michell. 2006. Studi Empiris Mengenai Pengaruh Profitabilitas, Lverage, dan Harga Saham terhadap Jumlah Dividen Tunai. *Jurnal Maksi*. Vol. 6, No. 2
- Suwardika, I Nyoman Agus. Mustanda, I Ketut. 2017. “Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property”. *E-Journal Manajemen Unud*. Vol. 6, No. 3
- Toin, Dyah Rosna Yustanti. Sutrisno. 2015. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Harga Saham Industri Perdagangan Eceran di Bursa Efek Indonesia. *Among Makarti*. Vol. 8, No. 6.
- Van Horne James C dan Jhon M. Wachowicz. 2005. *Fundamental of Financial Management* (Edisi Kedua belas). Jakarta: Salemba Empat.
- Wardani, Purwita. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 14, No. 1